

## **Du choix des produits aux styles de vie : un repérage élargi des modalités de résistance des individus pour un développement durable**

### **Maud Daniel**

Doctorante, Supagro Montpellier/ CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement),

UMR Moïsa, 45 bis avenue de la Belle Gabrielle,  
94736 Nogent-sur-Marne Cedex

Tél : +33 (0)143 94 73 12 / Fax : +33 (0)143 94 73 11

[maud.daniel@gmail.com](mailto:maud.daniel@gmail.com)

### **Lucie Sirieix**

Professeur de Gestion, Supagro Montpellier,

UMR Moïsa, 2 Place Viala,  
34060 Montpellier Cedex France

Tél : + 33 (0)499 61 27 19 / Fax : +33 (0)467 63 54 09

[sirieix@supagro.inra.fr](mailto:sirieix@supagro.inra.fr)

### **Nicolas Bricas**

Socio économiste, CIRAD,

UMR Moïsa, (Centre de coopération internationale. en recherche agronomique. pour le développement),

73 rue J.F. Breton - 34398 Montpellier Cedex 5

Tél : + 33 (0)467 61 57 12 / Fax : +33 (0)467 61 55 15

[nicolas.bricas@cirad.fr](mailto:nicolas.bricas@cirad.fr)

### **Muriel Figuié**

Sociologue, CIRAD,

UMR Moïsa, CIRAD, 73 rue J.F. Breton  
34398 Montpellier Cedex 5,

Tél : + 33 (0)467 61 75 86 / Fax : +33 (0)467 61 44 25

[muriel.figue@cirad.fr](mailto:muriel.figue@cirad.fr)

## **Du choix des produits aux styles de vie : un repérage élargi des modalités de résistance des individus pour un développement plus durable**

### **Résumé**

Nous proposons d'étudier la résistance des individus pour le développement durable entre pratiques ordinaires marchandes et non marchandes. Une enquête qualitative en deux volets met en évidence qu'au-delà de l'achat de produits issus de mouvements jugés alternatifs comme ceux de l'agriculture biologique et du commerce équitable, l'implication des individus pour le développement durable peut aussi s'exprimer par des gestes quotidiens, insignifiants de la vie domestique et par la transmission de leurs préoccupations par la parole. L'étude des pratiques individuelles avec le filtre de ces trois sphères du quotidien aboutit à une ébauche de trois régimes d'intégration des pratiques durables dans la vie quotidienne.

### **Mots-clés**

Résistance ordinaire, achats éthiques, pratiques durables, développement durable, motivations altruistes et égoïstes

## **From product purchase to life style: a larger look on the modality of the individuals' resistance for a more sustainable development**

### **Abstract**

We propose to study the individuals' involvement for sustainable development between ordinary practices linked or not to market. A qualitative survey in two parts highlights that further the purchase of "ethical" products, individuals involvement for sustainable development can also be expressed by daily and insignificant acts of domestic life, and by the oral transmission of their cares. The survey of individual practices with the filter of these three spaces of daily life leads to a draft of three ways of sustainable practices integration in daily life.

### **Keywords**

Ordinary resistance, ethical purchases, sustainable practices, sustainable development, altruistic and selfish motivations

## INTRODUCTION

Selon la définition du concept (Roux, 2007), pour qu'il y ait résistance, il faut qu'il y ait l'existence de deux partis, un dominant et un dominé : le premier exerce une forme de pouvoir sur le second et le second doit vouloir l'annuler. Parmi les formes de résistance aujourd'hui étudiées, celles face au marché jugé « dominant » et « destructeur » semblent d'actualité dans ce contexte de crise financière et de réflexion vers un développement social, environnemental et économique plus durable<sup>1</sup>.

S'il est vrai que le marché et la consommation ont envahi notre quotidien depuis la révolution industrielle (Dobré, 2002), les réactions des individus face à « ces envahisseurs » restent très différentes. La littérature sur le concept de résistance a fait une grande place à la résistance affichée du consommateur avec l'étude des boycotts (Friedmann, 1991), des prises de positions politiques, des mouvements anti-publicitaires (Dubuisson-Quellier, 2007) ou encore des mouvements de consumérisme politique (Micheletti et al., 2004 ; Seyfang, 2006) et de simplicité volontaire (Shaw et Newholm, 2002) mais les modes de résistance plus quotidiens, plus discrets, plus silencieux sont aujourd'hui encore peu étudiés. Ainsi dans la littérature, deux figures emblématiques se confrontent, le consommateur submergé par l'expérience marchande et qui s'en accommode par des choix rationnels de produits qui satisfont son bien-être et à l'autre extrémité, le consommateur résistant, militant, qui remet en cause les fondements marchands de notre société et qui s'organise pour déjouer les règles du marché. Mais peut-on restreindre la population à ces deux figures extrêmes? N'existe-t-il pas des nuances, des modes de résistance qui, plus invisibles, moins organisés, permettraient au consommateur de déjouer le système marchand dans certaines situations et d'accepter ses règles dans d'autres. L'étude de la figure du consommateur radical est certes intéressante dans la compréhension du fonctionnement de la résistance et de son impact sur le marché mais elle laisse souvent à l'écart les « gens du milieu » (Latour, 1991). Ainsi pour Cova et Cova (2004), entre le consommateur passif capté par ses expériences de consommation et le résistant actif, « au milieu où rien n'est censé se passer, il y a presque tout » reprenant les mots de Latour (1991). La vie des individus ordinaires s'articulerait entre acceptation du monde marchand et gestes résistants plus discrets, plus proches du détournement que de l'affrontement. Cova et

---

<sup>1</sup> Le développement durable est défini par la *Commission mondiale sur l'environnement et le développement* comme « Un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de " besoins ", et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. » (rapport Brundtland, 1987)

Cova (2004) mettent en évidence l'idée que le détournement est moins une action révolutionnaire et consciente que la manifestation d'une appropriation du quotidien par « les individus qui bricolent, seul ou en groupe, consciemment ou inconsciemment, de façon relativement spontanée une zone de liberté » dans la sphère marchande. C'est dans ce contexte et avec une volonté marquée de nous intéresser aux individus ordinaires dans leurs gestes de la vie quotidienne, que nous avons observé ce qui se passait dans le champ du développement durable. A la suite de De Certeau (1980) et du mouvement qu'il crée alors sur l'étude des petites choses insignifiantes de la vie, nous posons ici l'hypothèse qu'au-delà de l'achat de produits dits durables, une multitude de gestes invisibles quotidiens peuvent être des indicateurs d'une forme de résistance contre le marché et pour un développement plus durable. Par la suite, ce sont ces gestes que nous appellerons les pratiques durables des individus.

***Pourquoi les pratiques durables des individus comme champ d'investigation de la résistance ordinaire ?***

Le développement durable est aujourd'hui une notion largement médiatisée pour lequel le consommateur sensibilisé est encouragé à faire preuve de résistance face au marché et à une consommation déraisonnée. Car aujourd'hui, « le cycle de plus en plus rapide de la production des marchandises enflé toujours plus le volume et engendre des effets déstructurants ou aliénants au niveau des personnes et de leurs environnements » (Juan, 2001). Les firmes, qui s'inscrivent dans un système marchand conventionnel, sont jugées responsables de la dégradation de notre environnement et il émerge depuis une dizaine d'années une critique de plus en plus perceptible des firmes et du marché par le consommateur.

Ainsi, de quoi témoignent, dans les pays industrialisés, la multiplication et l'entrée dans la grande distribution des produits du commerce équitable, de l'agriculture biologique, des produits locaux, des labels verts ? D'une part, bien sûr, d'une préoccupation croissante des citoyens pour plus de respect des conditions de travail et de rémunération des agriculteurs pauvres, plus de respect de l'environnement, de la biodiversité, du bien être animal (Tallontire et al., 2001 ; Siriex et Codron, 2004 ; Roy, 2007), ce que l'on peut résumer par une éthique sociale et environnementale (Croutte et al., 2006, Codron et al. 2006). Mais d'autre part, au-delà de ces préoccupations éthiques, se manifeste aussi une recherche d'alternatives au système industrialisé de production agricole et agroalimentaire jugé trop artificialisé, ce que

Boltanski et Chiapello (1999) appellent « la critique artiste ». Face à ces critiques et craignant le détournement des consommateurs, voir même leur sortie du marché, les entreprises réagissent et tentent de répondre aux nouvelles préoccupations des individus. Ainsi ce dont témoigne aussi la multiplication des produits éthiques dans les rayons des supermarchés est la capacité du secteur agro-alimentaire, et pas le plus artisanal qui soit (Raynolds, 2004 ; Moreno-Penarada, 2006), à intégrer cette critique artiste (Boltanski et Chiapello, 1999) en « marchandisant l'authentique », alors qu'à suivre l'analyse de Boltanski et Chiapello (1999), on devrait s'attendre à un échec, à terme, de cette « marchandisation », à l'issue d'un « cycle d'engouement et de déception » des consommateurs. La consommation durable, où l'engagement se joue par un choix responsable de produits, semble en effet excessivement focaliser le débat et le cantonner à la sphère marchande ; or la multiplication des signes de qualité éthique, les suspicions qu'engendre leur appropriation par les grands groupes agroalimentaires pourraient bien avoir raison de cet engagement éthique par la consommation et réorienter l'engagement des individus vers des formes de résistance ou de détournement du marché conventionnel. Ainsi, le tri des déchets, la diminution de sa consommation d'électricité, l'utilisation d'un vélo pour ses trajets quotidiens peuvent être considérés comme des pratiques environnementales même si elles ne sont pas labellisées comme telles et exprimer une forme de résistance face au marché. Le quotidien se présenterait alors comme l'espace privilégié par les individus pour mettre en pratique leurs préoccupations éthiques.

### ***La vie quotidienne des individus, un critère à intégrer dans l'évaluation du développement durable***

De Certeau (1980) est le premier à se pencher sur l'étude du quotidien. En s'intéressant aux actes anodins, il met en lumière la grande capacité d'action des individus, leurs stratégies et leurs tactiques qui visent à détourner le monde marchand et le pouvoir des firmes. Il donne ainsi une nouvelle dimension à la consommation : en produisant de nouveaux savoir-faire, le consommateur n'est plus seulement passif mais il devient acteur de sa vie quotidienne.

Dans le domaine du développement durable, comme le dit Juan (2001), la vie quotidienne est devenue « le critère principal de calage du jugement » pour ce qui concerne les aspects sociaux du développement durable, car « c'est dans la vie quotidienne que le modèle de consommation légitime associée à l'économie se réalise ». On juge alors l'investissement des individus pour le développement durable d'après leurs activités ordinaires (achat, déplacement, habitat) et leurs modes de vie comme en témoignent les enquêtes sur les pratiques environnementales des français (Roy, 2007). L'individu est souvent désigné comme

principal responsable des effets sociaux et environnementaux de son mode de vie. Les évènements comme la semaine du développement durable, les systèmes de calcul d'empreinte énergétique, les « compensations carbone » proposées par les compagnies aériennes<sup>2</sup>, la multiplication des guides de consommation « éco-citoyen » placent les actions individuelles et quotidiennes des individus au centre d'une politique vers un développement durable et font peser sur les épaules des citoyens le poids de la réussite d'un changement social, économique et environnementale. Sur le plan environnemental, Dobré (2002) montre le lien entre les préoccupations des individus et leurs actes de résistance ordinaire. Cette forme de résistance quotidienne et silencieuse se distingue d'autres formes, individuelles, civiles ou organisées, voire institutionnalisées de la résistance. Dans son ouvrage « l'écologie au quotidien : éléments pour une théorie sociologique de la résistance ordinaire », Dobré (2002) fait apparaître les gestes anodins, passifs, voire inconscients de résistance des individus comme des revendications sourdes de leurs préoccupations environnementales et de leur bien-être. L'usage que l'on fait des choses au sein de la sphère domestique, au-delà de l'achat de produits durables, apparaît comme une résistance silencieuse pour une écologie au quotidien. Le quotidien est perçu comme une « boîte à outils dans laquelle on sélectionne des lignes d'actions de symboles, d'histoires, de rituels, et de représentations du monde que les gens peuvent utiliser dans des configurations variées pour résoudre différentes sortes de problèmes » (Swidler, 1986) et ici, répondre à leurs préoccupations éthiques. Ces différentes stratégies d'actions résistantes des individus ne sont pas nécessairement formulées de façon consciente, mais correspondent à une façon générale d'organiser l'action. Dans cette étude, nous considérerons différents cercles d'outils, de pratiques dans lesquels les individus pourront puiser :

a) Celui des achats éthiques, largement étudiés et qui nous paraît étroit face à la multiplicité des formes de résistance possible pour les individus, b) celui des usages au sein de la sphère domestique dans le cadre d'une résistance ordinaire et silencieuse et c) enfin, après les sphères du marchand et du quotidien, notre hypothèse est d'explorer, dans un troisième cercle de pratiques, celles visant à transmettre des valeurs éthiques par le discours : ce que l'on transmet aux enfants, aux amis et voisins par un prosélytisme de voisinage, voire, plus institutionnellement par un engagement dans des associations sociales ou politiques. Car, comme Elias (1970) qui critique le mythe du « mur invisible » entre individu et société, nous pensons qu'il faut dépasser la vision atomisée de l'individu pour inclure autrui à la base de

---

<sup>2</sup> La compagnie Easy Jet propose à tous ces voyageurs, au cours de l'achat d'un billet de train, de compenser la dépense énergétique

toute réflexion sur les activités individuelles. Ainsi, Sitz (2006) montre la nécessité d'inclure l'autre dans l'étude de la naissance de comportements de résistance, car l'interaction avec autrui est au centre de la construction du sens du discours et d'une action de résistance. Du point de vue d'une résistance plus discrète, Moussaoui (2008) montre que l'intégration des principes de durabilité dans le quotidien des différentes générations d'individus dépend aussi du discours qui s'établit entre elles. Proche de la façon dont Spaargaren (2003) inspiré par Giddens (1991) propose de lire de façon contextuelle et sociologique les styles de vie durables des individus, nous proposons de ne pas avoir une vision concentrique et emboîtée des activités individuelles et sociales des individus. Sur la base de deux études qualitatives complémentaires, nous tenterons de faire un repérage élargi des modalités de résistance quotidienne des individus en faveur d'un développement plus durable en prenant en compte l'articulation entre les différentes sphères de pratiques (achats durables, usages domestiques et transmission / partage).

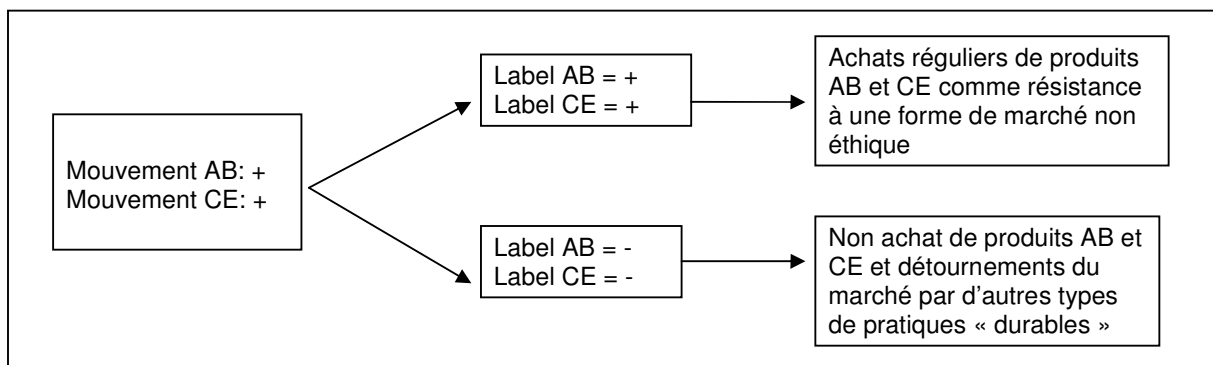
#### **LE REPERAGE ELARGI DES MODALITES DE RESISTANCE POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE : UNE ETUDE EN DEUX TEMPS**

##### ***Première phase : Les attitudes des consommateurs vis-à-vis des produits AB et CE, deux expressions différentes de la résistance au système marchand***

Afin, d'observer le phénomène « d'engouement et de déception » dont parlent Boltanski et Chiapello (1999) face à la « marchandisation de l'authentique », la première phase de l'étude a consisté à s'interroger sur la signification que prennent les labels agriculture biologique et commerce équitable pour les consommateurs et à récolter la diversité de leurs représentations et de leurs attitudes face à ces produits. La première phase a donc été qualitative et exploratoire, sur la base de 20 entretiens en face à face et de trois focus groups, répartis entre Montpellier et Paris. Au total, 45 individus ont été enquêtés de façon approfondie à l'aide d'un guide d'entretien, en prêtant attention à l'hétérogénéité de l'échantillon et aux variables déterminantes qui se sont dégagées dans la revue de littérature : CSP, âge, sexe (Croutte et al., 2006), l'influence de l'expérience de comportements éthiques ou non (Berger et Kanetkar, 1995), l'engagement ou non dans des associations environnementales ou politiques... Les individus se sont exprimés en quatre temps sur leurs représentations, dans l'ordre : a) des mouvements du commerce équitable et de l'agriculture biologique, b) des labels « commerce équitable » et « agriculture biologique », c) des consommateurs des produits issus du commerce équitable et de l'agriculture biologique

A la suite de l'analyse des résultats, la distinction entre les représentations que les consommateurs ont de ces mouvements et les représentations qu'ils ont des labels permet de distinguer deux formes de résistance face au marché (Figure1).

Figure 1 : Attitudes vis-à-vis des mouvements et des labels AB et CE



Le premier type de comportements correspond à un comportement d'adhésion aux mouvements de l'agriculture biologique et du commerce équitable jugés « alternatifs ». Ces individus sont profondément en accord avec les principes de ces mouvements et avec la forme qu'ils prennent face au marché conventionnel. Les labels sont perçus comme l'expression matérielle des valeurs de ces mouvements. Acheteurs réguliers de produits biologiques et/ou équitables, ils participent au grossissement d'un mouvement contestataire qui critique le marché conventionnel et adhère aux principes du développement durable. Ce peut être des militants qui revendiquent leurs choix de consommation durable mais aussi des consommateurs plus discrets qui se laissent « portés par la vague » de ces produits éthiques (Ruwet, 2007).

Le second type d'attitudes et de comportements vis-à-vis des produits biologiques et équitables est le rejet. Ces individus, non consommateurs de ces produits, sont profondément en accord avec les grands principes de ces mouvements mais rejettent la forme qu'ils prennent sur le marché. Ces comportements de rejet des produits labellisés AB et CE proviennent d'une dissonance cognitive entre les attentes environnementales et sociales des individus et la marchandisation de l'éthique opérée par l'introduction de ces produits en grande surface. Ainsi, les labels sont perçus comme des marques, comme une récupération marketing de mouvements qui perdent leur vocation alternative en entrant dans les rayons des supermarchés. Alors, conformément à des comportements de détournements, la mise en place de tactiques environnementales et sociales, autres que l'achat, permet à ces individus de



détourner l'offre marchande. Un produit, le plus labellisé « éthique » qui soit, ne peut donc pas répondre à toutes les attentes des individus. Le classique face à face « un consommateur / un produit » est trop étroit pour comprendre la multitude des pratiques durables possibles et des tactiques, des ruses dont font preuve les individus. Comme dans le premier cas de figure, si des individus très engagés, très militants<sup>3</sup> peuvent avoir ce type de comportements, « les gens du milieu » (Latour, 1991), plus ordinaires peuvent aussi adopter ces pratiques de détournement : tri des déchets, restriction de ses achats, diminution de sa consommation d'eau ou d'électricité...

Cette étude suggère la diversité des pratiques résistantes des individus hors achat que nous allons aborder dans un second temps, mais elle montre également que les pratiques durables adoptées peuvent être motivées par des préoccupations altruistes mais aussi égoïstes. En effet, à la suite des travaux d'Henson et Traill (2000), Sirieix et Schaer (2005), De Ferran et Grunert (2007), cette étude montre que l'intérêt des consommateurs pour ces produits était finalement moins altruiste qu'on pouvait le croire. Les produits « bio » et équitables sont moins achetés par les consommateurs pour des raisons environnementales que pour leur santé, leur plaisir gustatif ou la recherche d'exotisme. Il y aurait donc un décalage entre la volonté de résistance des promoteurs de ces mouvements et l'intérêt parfois plus égoïste des consommateurs. Pour la suite de notre étude, nous supposons, de la même façon, qu'à travers certains gestes « durables » du quotidien, le consommateur rechercherait aussi son intérêt propre (Smith, 1996). Selon nous, il ne faut donc pas négliger la mixité des motivations individuelles dans les études sur la résistance quotidienne dans la mesure où la combinaison de motivations altruistes et plus égocentrées permettrait, peut-être, de stabiliser les pratiques de résistance en faveur du développement durable.

Ainsi, cette étude nous amène à nous interroger sur les modalités que peuvent prendre, pour les citoyens et non plus seulement les consommateurs, leur engagement éthique et plus particulièrement leur engagement quotidien envers un développement plus durable en dehors de l'achat de produits éthiques.

### ***Deuxième phase : Au-delà de l'achat de produits éthiques, des gestes de résistance au marché ponctuent le quotidien des individus***

Ayant pour objectif de révéler la diversité des pratiques dites « durables » des consommateurs, cette seconde phase est également qualitative. Au total, 22 individus, répartis

---

<sup>3</sup> Nous remarquons que dans notre échantillon, l'essentiel des individus actifs dans des AMAP ou dans des associations environnementales rejettent ces labels AB et CE, jugeant qu'il s'agit plus d'une « récupération marketing » qu'une réelle résistance au marché et aux firmes.

entre la région parisienne et les Côtes d'Armor, ont été enquêtés de façon à l'aide d'un guide d'entretien. Comme précédemment, nous avons prêté attention à l'hétérogénéité de l'échantillon: CSP, âge, sexe (Croutte et al., 2006), l'influence de l'expérience de comportements éthiques ou non (Berger et Kanetkar, 1995), l'engagement ou non dans des associations environnementales ou politiques... Afin d'éviter un maximum un biais de désirabilité sociale, les individus n'étaient pas mis au courant de l'objectif final de l'enquête mais seulement qu'elle porterait sur leurs « gestes de tous les jours ».

A chaque enquête, il a été demandé de raconter une « journée type », dans le détail, de « je me lève le matin » à « je me couche le soir » et par des relances, nous avons relevé différents types de pratiques précédemment listées comme étant des pratiques durables<sup>4</sup>. Puis, à la fin de l'entretien pour ne pas biaiser l'étude, nous avons posé des questions plus précises sur la notion de développement durable (Qu'évoque pour vous les mots « développement durable ? Ces sujets vous préoccupent-ils ? Selon vous, que faudrait-il faire (ou ne pas faire) pour aller vers un développement plus durable ? Faites-vous ou non au quotidien quelques gestes en faveur du développement durable ? Pourquoi est-il difficile pour les individus d'adopter des pratiques quotidiennes en faveur du développement durable ?...). Les différentes réponses à ces dernières questions, comparées à la description spontanée des pratiques lors du récit de la journée, permettent de mettre en évidence la réflexivité des individus par rapport à leurs pratiques durables et de savoir s'ils les percevaient comme telles au quotidien.

Notre objectif est ici d'observer comment l'engagement des individus peut dépasser le cadre de l'acte d'achat et appartenir à la sphère d'autres activités domestiques ou à une sphère plus large de partage. Pour répondre à cet objectif, nous avons construit une grille d'analyse qui distingue ces trois sphères de pratiques durables :

- Celle des achats. Nous la définissons ici comme étant le moment de la décision lors du choix du produit sur la base de points d'appui qui orientent la décision individuelle. Cette décision est circonscrite dans un espace (un lieu de vente) et dans le temps (le temps pris pour faire ses courses) : j'achète des produits biologiques, j'achète des vêtements « commerce équitable », j'achète des objets d'occasion, je fais mes courses au marché...

---

<sup>4</sup> Nous avons identifié comme des pratiques durables, tous les gestes pouvant avoir un impact sur l'environnement, sur l'égalité sociale et la juste répartition de la valeur économique. Ces pratiques ont été relevées dans sur les sites internet du ministère de l'écologie et du développement durable, dans les préconisations des médias (télévisées et presse écrite), dans les nombreux guides « éco-citoyens », puis, la liste a été enrichie progressivement sur la base des interviews.

- Celle des usages domestiques. Nous la définissons comme l'espace de vie du ménage, comme la sphère d'utilisation, d'incorporation, de recyclage des achats : je prends des douches plutôt que des bains, je vais au travail à vélo, je fais ma vaisselle à la main... Nous verrons que la sphère des usages domestiques est difficile à circonscrire car elle se situe à la frontière entre marchand et non marchand,
- Et dans un troisième cercle de pratiques, celles visant à transmettre des valeurs éthiques par la parole : ce que l'on transmet aux enfants, aux amis et voisins par un prosélytisme de voisinage, voire, plus institutionnellement par un engagement dans des associations sociales ou politiques : je suis militant à Green Peace, je vais à des manifestations, j'apprends à mes enfants à respecter la nature...

La grille d'analyse permet aussi de distinguer les gestes durables orientés vers des préoccupations environnementales ou sociales d'une part, d'autres préoccupations plus égoïstes (économie, santé, plaisir...) d'autre part.

Tous les entretiens ont été retranscrits, puis analysés de façon individuelle et thématique selon une grille d'analyse. Cette étude exploratoire sur la base de 22 individus a permis de repérer des formes de combinaisons de pratiques, des régimes d'actions différents

***La notion de « gâchis » se substitue dans les discours à celle de « développement durable »***

A l'issue de l'analyse des enquêtes, le premier constat est la non apparition des mots « développement durable » dans le discours spontané des interviewés et finalement la méconnaissance de ce qu'est le développement durable.

Lorsque nous posons la question « Qu'évoque pour vous les mots "développement durable" ? », pour la grande majorité des individus, soit 17<sup>5</sup> sur 22, le développement durable se réduit à son volet environnemental. Ils énumèrent les préconisations entendues dans les médias, les lectures scolaires de leurs enfants à ce sujet, la « semaine du développement durable » ou encore, dans des termes plus techniques, les nouvelles technologies durables (voiture électrique, nouveaux matériaux d'isolation, panneaux photovoltaïques...).

---

<sup>5</sup> Sur 22, les 5 individus qui font référence à l'ensemble des volets environnemental, social (et parfois économique) du développement durable sont tous de niveau de formation Bac+5 ; 2 ont entre 40 et 50 ans, appartiennent à une AMAP, sont consommateurs de produits biologiques et équitables et s'informent par des lectures et des réunions sur les sujets qui touchent le développement durable et 3 ont entre 25 et 35 ans, ont une formation et une profession proche de ces problématiques et, bien que non consommateurs de produits AB et CE, font preuve d'une vigilance quotidienne aiguë.

Mais si le développement durable est un terme peu utilisé par les individus, ceux de « gâchis » et de « gaspillage » sont largement partagés<sup>6</sup>. De façon spontanée, ils sont apparus dans l'ensemble des entretiens comme des pratiques « irrespectueuses », non désirables et à éviter. Ces résultats peuvent paraître évidents, consensuels, mais ils nous semblent néanmoins intéressants dans la mesure où la notion de gâchis émerge alors que ce n'était pas le sujet d'enquête au départ. Elle est naturellement venue se substituer dans sa signification et dans son appréhension à celle du développement durable. En effet, dans les discours :

- Eviter le gâchis prend une signification environnementale : le gâchis est désigné comme une accumulation inutile de choses, comme une conséquence irréversible d'une société d'hyperconsommation. Il prend la forme d'une « *étagère remplie d'habits qu'on ne mettra jamais* », de « *poubelles qui débordent d'emballages inutiles* », du fait presque sacrilège de « *jeter de la nourriture* », d'« *une décharge remplie d'objets qui ont été utilisés, qui seraient réutilisables mais qui sont devenus des déchets* », soit un ensemble de représentations de toute la matière non dégradable qu'un individu peut accumuler et ne pas utiliser.
- Eviter le gâchis prend une signification sociale : gâcher c'est aussi « priver l'autre de quelque chose », « compromettre l'existence » de ressources pour autrui. L'anti-gâchis aurait donc aussi un caractère social. La part des ressources gâchée pour sa satisfaction est vue comme une part en moins pour les autres. Cette pensée entraîne alors un fort sentiment de culpabilité.
- Eviter de gâcher revêt aussi un caractère économique : souvent dans les discours, l'aversion pour le gâchis est vu comme une conséquence d'une période de manque et de difficultés à subvenir à ses besoins (guerre pour les plus âgés ou difficultés financières). Ce manque passé induit une forte culpabilité chez l'individu qui gâche ainsi qu'une réelle difficulté à « savoir jeter » :

« Je garde tout, j'entasse, j'entasse, c'est un problème. [...] Ca vient de ma jeunesse, on n'avait pas le droit de gaspiller puisqu'on manquait de tout pendant la guerre. C'est le lot de toutes les personnes qui ont connu le manque de choses à manger. [...] A mon époque, dans les maisons, on récupérait tout... les vêtements et les manteaux abîmés servaient à faire des chaussons ! » (Homme, 71 ans, retraité, marié)

---

<sup>6</sup> Bien qu'apparemment employés de façon indifférente par les individus, leur sens diverge légèrement. Gâcher vient du francique *waskon*, signifiant laver, mêler avec de l'eau : « compromettre l'existence, la qualité de quelque chose ; gaspiller. » (Petit Larousse, 2004). Gaspiller : « Dépenser avec profusion ; consommer sans discernement. Faire un emploi désordonné et sans profit de. » (Petit Larousse, 2004). Du point de vue de notre étude, les deux termes revêtent des significations intéressantes puisqu'il a un lien plus étroit avec le développement durable, nous privilégierons le terme de « gâchis » dans la suite de l'étude.

- Eviter de gâcher correspond à un système de valeurs désirables : au-delà des conséquences matérielles du gâchis, il émerge aussi dans les discours une critique de la course au remplissage de sa vie, à l'abondance d'expériences vécues ainsi que le désir d'une autre « qualité de vie ».

« Gâcher [...] c'est une attitude... c'est un tout. C'est ne pas respecter plein de trucs : c'est ne pas respecter ceux qui ne peuvent pas se permettre de gâcher, ceux qui n'ont pas les moyens, ceux qui ont le strict minimum... C'est être un peu « j' m'en foutiste » [...] Bien sûr on peut gâcher de la nourriture, mais c'est aussi faire trop de trucs et du coup, ne pas apprécier ce qu'on a. C'est ne pas savoir se limiter à une seule bonne chose. [...] Ce sont des gens qui peuvent être en surmenage au travail, dans leur vie, dans leur loisir, trop de télé, trop de sorties, trop de divertissements...» (Femme, 29 ans, conférencière, mariée).

C'est en cela que le terme de gâchis nous paraît intéressant, car il se substitue dans les discours des enquêtés aux volets environnemental, social et économique du développement durable. Si les préoccupations éthiques des consommateurs ne sont pas verbalisées dans les termes aujourd'hui de plus en plus médiatisés comme « le développement durable » c'est peut-être que ceux de « gaspillage » et de « gâchis », historiquement plus ancrés dans le discours commun et transmis par l'éducation, ont plus de signification.

### ***L'importance de la complexité des motivations individuelles***

Cela fait bientôt quarante ans que les individus sont alertés au sujet de l'impact de leur mode de consommation, des comportements non éthiques des entreprises et pourtant depuis les années soixante dix, rien n'a changé de façon profonde (Dobré, 2008). Dans les faits, les préoccupations environnementales ou sociales des individus ne sont que très peu visibles. Pourtant l'urgence des changements des modes de vie a été démontrée dans de nombreux ouvrages de spécialistes et les individus reconnaissent eux même cette urgence... Alors pourquoi depuis 40 ans, les comportements des individus ne changent pas ou « pourquoi est-il si difficile pour les individus d'adopter des pratiques de résistance au marché en faveur d'un développement plus durable ? », comme il a été demandé aux individus à la fin des entretiens. Tout d'abord les enquêtes font apparaître que le rôle des individus face à ce développement durable reste ambigu. Il est encouragé à participer à une société basée sur le principe de la croissance économique par sa propre consommation d'une part et d'autre part, à lutter contre les propositions de ce système marchand qui vont à l'encontre d'un développement durable. Face à cette situation paradoxale, les consommateurs se sentent « perdus », un enquêté se dit

« tiraillé par sa conscience écologique, d'un côté, et ses envies, de l'autre ». Car en effet, si le consommateur doit résister à ce monde marchand, il doit aussi résister à ses propres désirs et à ses propres envies (Dobré, 2008). Les individus retirent de leurs modes de consommation conventionnels un plaisir certain et une accoutumance à ce plaisir. Il y a du plaisir à satisfaire ses désirs lors d'un achat, à connaître des expériences de consommation riches et innovantes, à utiliser sa voiture plutôt que de marcher pour aller faire ses courses, à éclairer les rues à outrance pendant la période de Noël, à chercher les prix les plus bas... Dans une certaine mesure, agir en faveur d'un développement plus durable équivaut à s'opposer à son désir de satisfaction personnelle, à son plaisir, à l'épanouissement de soi par la consommation. Finalement au cours des enquêtes, les motivations à avoir des comportements de résistance face au marché sont beaucoup moins homogènes qu'on aurait pu le penser. Comme nous l'avons évoqué dans le paragraphe précédent, les motivations à éviter le gâchis et plus largement celles poussant à adopter des pratiques durables sont complexes. Tournées vers soi ou plutôt tournées vers les autres (Schwartz, 2006), cette étude montre que ces motivations doivent être toutes prises en compte car elles participent dans leur complexité à la stabilité des pratiques durables dans le quotidien. Nier les pratiques égoïstes, qui effectivement peuvent témoigner d'un moindre engagement et ne correspondent pas à la définition de la résistance visible et affichée des consommateurs, c'est aussi oublier d'envisager la mixité des motivations individuelles (égoïstes et altruistes) difficilement séparables pour les individus, même les plus engagés, qui les combinent. Nous avons ainsi repéré quelques motivations différentes à adopter des pratiques durables.

Bien entendu, on retrouve parmi les motivations déclarées, l'application des préoccupations environnementales et sociales des individus. Bien que souvent noyées dans un flot de préconisations peu personnelles et inspirées des médias, une réelle conscience écologique et des motivations altruistes en faveur d'un développement durable apparaissent spontanément quand les individus racontent leurs journées. Par exemple :

« Le soir, je regarde un peu la télé et je vais me coucher [relance sur les gestes effectués entre son salon et sa chambre]. Alors quand le film est fini, [...], je me lève et je vais éteindre la télé... à l'interrupteur, j'ai entendu que c'était mieux pour l'environnement. J'éteins toujours toutes les veilles, c'est tellement facile à faire et ça me donne bonne conscience ! » (Homme, 50 ans, électricien, en couple avec enfants)

Dans un second temps, la motivation économique, la recherche de la « bonne affaire » est largement répandue dans les motivations d'achats et dans les motivations qui poussent à d'autres pratiques d'usages domestiques. Ici, par exemple, dans le cas d'économie d'eau :

« J'ai un lave-vaisselle mais je lave tout à la main, ça va plus vite et puis on utilise moins d'eau. Ici l'eau est chère [...] Après je garde l'eau dans ma bassine et puis j'arrose le jardin avec ! » (Femme, 60 ans, retraitée, en couple)

Comme pour l'achat de produits biologiques, la santé a aussi une place prépondérante parmi les motivations des individus à avoir d'autres types de pratiques durables:

« Pourquoi je fais du vélo ? Déjà à Paris, c'est plus pratique que de prendre sa voiture et puis bah... ça me fait une ballade et ça me permet aussi de faire un peu de sport, de garder la forme. » (Femme, 29 ans, conférencière, en couple)

Une autre motivation, un peu moins avouée, est une sorte d'« encanaillement »<sup>7</sup> à adopter des pratiques durables:

« Parfois, j'aime bien aller à la Biocoop' [...] et acheter des trucs incroyables comme les billes de lavage pour le linge. Qui a eu un jour l'idée d'utiliser ça ? Bref, j'en ai achetées, et euh... je les ai toujours ! Mais pendant deux semaines quand je faisais ma lessive, j'avais l'impression d'être un vrai baba cool, ça m'a beaucoup amusée ! » (Femme, 25 ans, étudiante, célibataire)

Par ailleurs, les individus plus investis, ceux qui s'inscrivent dans un engagement collectif, trouvent une réelle satisfaction personnelle à faire partie d'un groupe d'individus partageant les mêmes idées politiques, environnementales ou sociales. L'engagement permet une reconnaissance sociale et une affirmation de soi :

« Oui, c'est important pour moi qu'on soit un bon groupe. Ça permet de retrouver les gens qu'on aime bien aux réunions, des copains et puis on échange sur nos idées, on se fait des bouffes... On sait que, là-bas, on peut dire ce qu'on pense sur la politique, sur notre monde... Je pense que si ça n'était pas aussi sympa, j'arrêteraient ! » (Femme, 40 ans, professeur d'histoire de l'art, en couple avec enfants)

---

<sup>7</sup> Ce terme est inspiré de l'« encanaillement social » de Rémy (2005): le plaisir vient du détournement, de « l'expérience » de la résistance face aux modèles hégémoniques de la consommation comme le font « les militants », les « babas cools ». En reprenant les mots de Rémy dans un autre contexte, c'est une « aventure en pays » alternatif pour des individus qui spontanément ne se reconnaissent pas dans ce type de valeurs jugées marginales.

Le rejet de l'emprise marchande, la revendication de sa liberté face aux codes de la société de consommation, la volonté de ne pas céder à son emprise et à son influence est une motivation régulièrement avouée dans les discours. Ce sont souvent des motivations à l'origine des comportements de « faire soi-même », de récupération, de détournement d'objets de seconde main, des tactiques de réappropriation de l'objet marchand :

« Je récupère souvent ce que les gens jettent dans la rue et puis après, je fais du troc avec mes amis. [...] J'aime bien faire ça, c'est rigolo et écolo ! Et puis, j'ai l'impression bizarrement qu'il a plus de valeur... comment dire... il n'est pas à la mode, il ne ressemble à aucun autre, il ne sort pas de chez Carrefour comme 10 000 autres objets... il n'a pas été acheté et ne sera pas vendu, on ne fait que l'échanger.»  
(Femme, 45 ans, fonctionnaire, en couple avec enfants)

Et enfin, sans revendiquer une liberté face au monde marchand, les pratiques durables peuvent aussi trouver leur source dans la recherche d'une meilleure « qualité de vie » ou la nostalgie d'un monde plus « authentique » :

« Parfois c'est trop ! Les gens vivent avec des choses dont ils n'ont même pas besoin, ils suivent la mode et après quand la mode change, et ben, ils ne savent pas quoi faire de ce qui est démodé. Ils achètent tout dans les supermarchés... en ville, ils ne savent même pas d'où vient ce qu'ils mangent. Nous on cultive notre jardin, on a nos poules... » (Femme, 60 ans, retraitée, en couple)

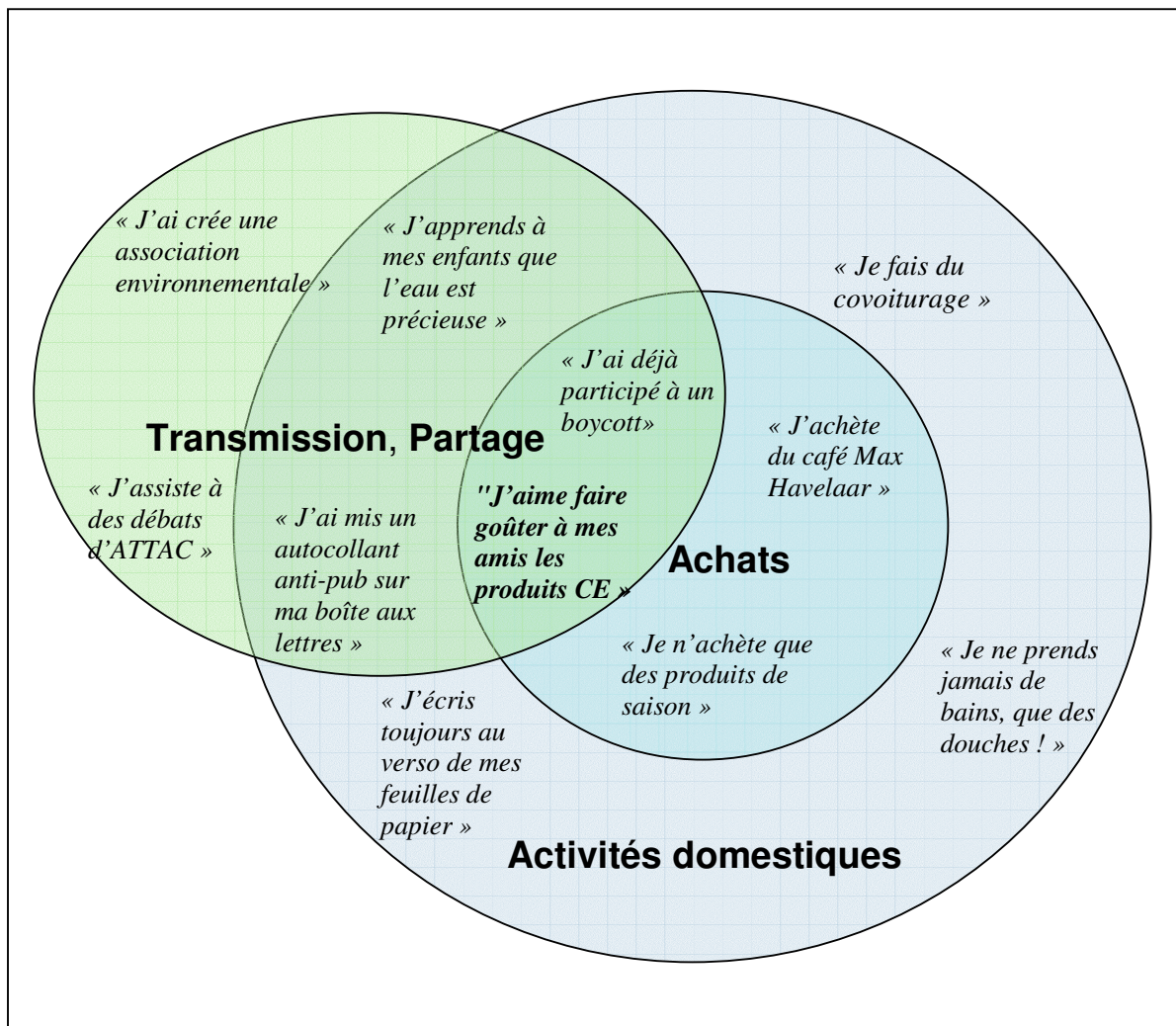
### ***L'encastrement des sphères de la vie quotidienne : entre monde marchand et non marchand***

En prenant en compte ces différentes orientations des motivations, nous nous sommes intéressés non seulement aux pratiques de résistance affichée, mais aussi à d'autres, plus silencieuses. Notre objectif dans cette partie est de révéler les pratiques silencieuses des individus, telles qu'on peut les retrouver dans la littérature sur la résistance ordinaire et de montrer que ces pratiques bien qu'invisibles peuvent aussi, sans s'inscrire dans un mouvement collectif, se transmettre et se construire dans l'interaction avec l'autre. La grille d'analyse, qui différenciait les pratiques d'achat, les pratiques d'usages domestiques et les pratiques liées à la transmission d'idées a confirmé la pertinence de ces trois sphères d'intégration des pratiques durables dans la vie quotidienne. A partir des discours des



consommateurs, nous avons ainsi pu schématiser les pratiques durables des individus au sein de ces trois sphères qui se croisent et s'enrichissent mutuellement :

Figure 1 : Schéma des sphères des pratiques durables quotidiennes



- a) La sphère des achats réunit toutes les actions qui impliquent le choix d'un produit lors des courses. Au cours des entretiens, nous avons différencié les achats labellisés comme les produits biologiques et équitables, qui demanderaient un investissement financier supérieur d'autres types de comportements d'achats durables :

Tableau 1 : Quelques exemples d'achats durables labellisés ou non

Achat de produits labellisés « durables »	Achats durables non labellisés
<p><i>« Je prends toujours des produits ménagers "maison verte" », « j'achète mes légumes dans une AMAP, ils sont bio », « je prends le café Max Havelaar monoprix, il est équitable et pas trop cher ! »</i></p>	<p><i>« Je fais attention à ce que l'emballage des produits que j'achète ne soit pas trop important », « je n'achète que des fruits et légumes de saison », « je n'achète jamais d'eau de javel », « je préfère acheter ma viande chez le boucher », « si je peux, j'achète des produits qui viennent de ma région », « j'ai acheté des ampoules basse consommation »</i></p>

Comme nous l'avons vu dans la première phase, si pour certains individus de notre échantillon, les labels peuvent être des points d'appui pour choisir les produits alimentaires ou autres, ce sont aussi et souvent ces labels qui, chez d'autres, suscitent une forme de rejet. Manque de confiance, scepticisme, les individus perçoivent ces labels comme « une marchandisation » de l'authentique, selon les mots de Boltanski et Chiapello (1999) et comme « une arnaque marketing » selon leurs propres mots :

« Quand je vois le label Max Havelaar, je n'achète pas. Non je n'y crois pas ! Je pense que ce sont les grandes surfaces et la marque Max Havelaar qui y gagne sur le dos des prétendus « petits producteurs » [...] Franchement on n'est pas dupe, en tout cas pas moi ! » (Femme, 25 ans, étudiante, célibataire),

Les enquêtés réorientent alors leurs préoccupations éthiques vers d'autres types d'achats durables non labellisés, trouvent d'autres alternatives comme l'achat de produits de saison, de fruits et légumes directement chez le producteur, la participation à une AMAP, l'achat de produits de leurs régions... Les individus évoquent souvent des préoccupations plus égoïstes à avoir ce type de comportements d'achat pour les produits alimentaires (meilleur goût des produits, fraîcheur, aspect santé,...). Pour d'autres produits non incorporés, comme les produits ménagers, ceci semble moins vrai car leurs achats, très courants dans nos enquêtes, semblent principalement motivés par des inquiétudes environnementales. Considérés comme des produits « qui ne sont pas plus chers que les autres », les personnes reconnaissent leurs lessives, leurs décapants, leurs dégraissants grâce au label européen ou à une marque

(« Maison verte » par exemple). En effet, l'utilisation de produits ménagers « polluants » place les individus directement dans le rôle du « pollueur » car ils accomplissent le geste de mélanger le produit « néfaste » à l'eau. Ils disent alors apaiser leur culpabilité en diluant beaucoup le produit, en n'en mettant que très peu... On commence à percevoir dans les discours le rôle prépondérant des usages domestiques, comme sphère d'utilisation des ressources achetées, dans la création des tactiques plus respectueuses d'utilisation des produits nocifs par exemple.

b) *La sphère des usages domestiques* apparaît dans les discours comme l'espace privilégié des détournements et des ruses du quotidien en faveur du respect d'autrui et du respect de l'environnement. Mais peut-on dire que la sphère des achats appartient au marchand et celle des usages domestiques au non marchand? Cette distinction n'est pas si simple puisque beaucoup de gestes de la sphère domestique ne se résument, en réalité, qu'à l'utilisation des achats et des ressources marchandes.

Ainsi, les pratiques citées par les enquêtés comme « *couper l'eau quand je me brosse les dents* » ou « *faire du covoiturage pour aller au travail* » peuvent être perçues comme des pratiques marchandes puisqu'il s'agit du choix d'utilisation ou non de ressources marchandes (l'eau dans le premier exemple et l'essence dans le second). Il y a donc constamment irruption du marchand dans la sphère domestique. D'après le discours des individus et la distinction qu'ils établissent entre « faire les courses » et « utiliser leurs achats », nous avons cependant distingué la sphère des usages domestiques d'une part, de celle des achats d'autre part.

Comment les individus investissent-ils la sphère des usages domestiques? D'après les enquêtes, cette sphère est, avant tout, celle des pratiques de restriction en faveur de l'environnement ou en faveur de « *son portefeuille* » pour les individus les moins engagés. Les petits gestes qui ponctuent le quotidien sont très variés pour réduire sa consommation d'eau, d'essence ou d'électricité, sa consommation de produits polluants ou pour se réapproprier le quotidien par des pratiques d'auto-production (Faire soi-même (Dobré, 2002)), de don ou d'échange. Les tactiques sont nombreuses et quelques exemples sont présentés dans le tableau suivant :

Tableau 2 : Quelques exemples de pratiques domestiques

<b>Réduction de consommation d'énergies non renouvelables</b>	<b>Réduction de consommation de produits polluants</b>	<b>Pratiques d'auto-production</b>	<b>Dons ou échanges</b>
« J'éteins systématiquement la lumière », « J'éteins la veille des appareils hi-fi », « Je prends mon vélo pour faire des courses à courte distance », « Je ne prends jamais de bains ».	« Quand je vois que c'est toxique, je dilue beaucoup », « je n'utilise plus de peinture Glycéro, comme ça plus de White spirite ! », « L'acide chlorhydrique c'est efficace, j'en utilise seulement pour décaper quand on a des invités ».	« Je couds mes vêtements moi-même », « On cultive notre jardin », « Je répare les objets cassés avant d'en acheter un neuf ».	« je donne souvent des choses à manger au clochard à a fin de mes courses », « Je fais du troc avec mes amis ».

Si certains s'engagent en faveur du développement durable, essentiellement par la juxtaposition au quotidien de ces petits gestes, d'autres individus combinent des pratiques d'usages domestiques d'une part et des pratiques d'achats durables d'autre part, au sein d'un style de vie qu'ils jugent cohérent. Ainsi, souvent les individus les plus engagés dans l'achat de produits biologiques et équitables, sont aussi ceux qui déclarent un nombre de pratiques d'usages domestiques durables plus importants:

« **Que faites-vous pour le développement durable ?** Bah...différentes petites choses ! J'ai déjà dit que j'achetais des produits équitables, que je faisais attention aux emballages des produits, je recycle mes emballages en papier, je fais aussi le tri de mes déchets, mais... par exemple aussi... je ne tire pas à chaque fois la chasse d'eau, je dis à mes enfants de ne pas laisser couler l'eau du bain, j'éteins les veilles des appareils hi-fi... » (Homme, 34 ans, fonctionnaire, mariée, 2 enfants)

Notons tout de même, que les individus, plus ou moins engagés, en s'investissant dans des pratiques d'usages domestiques, perçoivent une plus grande efficacité et un impact directement mesurable de leurs gestes. Au lieu de déléguer à un organisme de labellisation le soin de mettre en application leurs préoccupations, ces tactiques concrètes ont un impact directement perceptible, à l'échelle individuelle, sur l'environnement ou sur autrui.

« Quand je coupe l'eau pendant ma vaisselle, je me rends compte directement que c'est de l'eau qui n'a pas été utilisée, qui n'a pas été gâchée... Mais quand j'achète des produits biologiques, c'est encore différent : je ne vois pas ce que ça apporte directement à la nature, là je ne sais pas si c'est vraiment biologique ou pas, je fais confiance au label ... » (Femme, en recherche d'emploi, 30 ans, 1 enfant)

Tout comme le consumérisme politique, qui se base sur le principe de l'addition de pratiques individuelles dans un mouvement collectif pour peser sur l'orientation du marché, ces individus imaginent que l'addition de leurs gestes peut favoriser l'émergence d'un développement plus durable.

c) *La sphère de transmission, de partage* correspond à l'expression ou à la démonstration de ses préoccupations éthiques, de son engagement résistant vers l'extérieur, contrairement aux deux sphères précédentes qui étaient plus orientées vers soi. Le point qui nous paraît intéressant est l'observation dans les discours de deux types de transmission: l'une silencieuse dans les gestes ordinaires des individus, comme une sorte de résistance invisible dans la sphère privée et pourtant largement partagée et la seconde plus affichée, plus démonstrative et touchant la sphère publique. La transmission est étroitement mêlée à la sphère des pratiques d'achat ou des pratiques d'usages domestiques car c'est en partie au travers de ces pratiques que la transmission des valeurs entre les générations se fait.

Ainsi, dans l'exemple qu'ils peuvent donner à leurs enfants au quotidien ou dans la façon dont ils font leurs courses, les individus expriment leur adhésion ou non à un système marchand et leurs préoccupations éthiques.

« Je n'ai pas forcément besoin de faire de longs discours à mes filles [...] Elles comprennent les choses intuitivement finalement... **Vous avez un exemple ?** Bah, on va le moins possible en grande surface, on préfère aller au marché. Elles ont compris [...] que c'est mieux d'acheter des légumes directement au producteur plutôt que de donner nos sous à Carrefour ! » (Homme, 38 ans, fonctionnaire, en couple avec enfant)

Ces individus, préoccupés par des questions éthiques, ne se considèrent pas comme étant des « militants », mais ils espèrent avoir un impact sur le comportement des individus qui les entourent, implicitement et sans discours affiché:

« Je pense que chacun a de l'influence sur les autres. La personne se dit « tiens c'est marrant il fait ça... peut-être que moi aussi je peux faire pareil ». Je crois beaucoup qu'il faut être bien soi-même pour que son message passe, sans forcément militer mais peut-être juste en parler autour de soi. Donner l'exemple avec une bonne conduite sans

chercher à changer les gens, à les convaincre. » (Femme, 29 ans, conférencière, en couple)

Par ailleurs, la sphère de la transmission est investie aussi par des individus plus engagés qui s'expriment par une résistance affichée, par des pratiques visibles et revendiquées comme, par exemple, la prise de responsabilité au sein d'une AMAP, la création d'une association environnementale, la participation à un boycott, la participation à des manifestations...

C'est à partir de l'identification de ces trois sphères de résistance quotidienne des individus dans les discours et à partir de la combinaison des outils mobilisés dans ces différentes « boîtes » (Swidler, 1986) que nous avons tenté de repérer des régimes de pratiques durables des individus.

### ***Les régimes de pratiques durables des individus***

L'analyse qualitative des pratiques et de leurs motivations associées a débouché sur une ébauche des régimes de pratiques durables dans la vie des individus, traduction des préoccupations éthiques des citoyens dans la pratique.

Un premier mode d'engagement des individus est l'investissement des principes de durabilité dans toutes les sphères de leurs vies (achat, domestique et transmission) et dans tous les moments du quotidien jusqu'à pouvoir parler de styles de vie durables. Ces individus, les plus engagés, se rapprochent de la figure du consommateur militant. De façon affichée ou silencieuse, leurs préoccupations sociales et environnementales sont mobilisées comme des points d'appui à la décision d'achat, d'utilisation des ressources ou de mobilisation collective. Parmi ces points d'appui à la décision d'achat, les labels sont parfois valorisés et parfois dénigrés, selon le phénomène de déception expliqué précédemment. Cependant, même s'ils peuvent être déçus par la forme que prennent les mouvements biologiques et équitables, à l'origine alternatifs, ces individus ne sortent pas de la sphère marchande pour autant ; ils se réorientent plutôt vers d'autres types d'achats ou des pratiques d'usages domestiques comme nous l'avons évoqué précédemment.

La maîtrise de leurs pratiques durables au quotidien n'exclut pas l'inclusion de pratiques non durables dans leurs vies. Mais ces individus les identifient et pensent ne pas pouvoir les éviter sans que cela ne complique leur quotidien (utilisation de sa voiture pour aller rejoindre un lieu de travail éloigné, utilisation de couches pour enfants jetables par manque de temps...).

« Quand on s'engage quelque part... (bon bah, moi par exemple c'est l'AMAP)... après on du mal à acheter du coca, des mangues qui ont voyagé en avion ou à remplir

la piscine tous les étés. Il faut être un minimum cohérent...» (Femme, 45 ans, fonctionnaire, en couple avec enfants)

Les pratiques durables peuvent donc être intégrées dans toute la vie de l'individu, tel un mécanisme de « maîtrise » pour reprendre l'expression de Lamine (2004) dans le cas des mangeurs bio. Mais elles peuvent aussi ponctuer la vie de l'individu avec des mécanismes d'intermittence, alternant « laisser-aller » et compensation.

Ainsi, les enquêtes mettent en avant un autre type de mécanisme d'intégration des pratiques : la compensation. Comme Spaargaren (2003) qui évoquait qu'un individu peut faire le choix d'appliquer ses préoccupations environnementales dans certains domaines ou segments de son style de vie et non dans d'autres, nous avons observé que, pour les individus, la compensation de pratiques non durables par d'autres, considérées comme durables, rétablissait un équilibre dans l'impact qu'ils pensent avoir sur la société.

« Je n'achète pas de produits biologiques... mais par contre, je fais attention au tri de mes déchets » (Homme, 50 ans, électricien, en couple avec enfants)

Cependant, il faut cependant être prudent dans la compréhension de cette notion : certes on perçoit ces mécanismes de compensation dans les discours, mais au moment de l'accomplissement des pratiques, lorsque un individu fait le choix de ne pas acheter de produits biologiques d'une part et de faire le tri des déchets d'autre part (par exemple), il n'est pas certain qu'il établisse le lien de compensation entre ces deux pratiques. Proche de la notion de « vocabulaire de motifs » (Mills, 1940), ce mécanisme de compensation pourrait apparaître à posteriori, lors des discours, comme justification d'actes non durables et non désirables socialement, parfois difficiles à avouer.

Cependant, ce mécanisme de compensation met essentiellement en regard les pratiques d'achat de produits labellisés avec d'autres pratiques d'achat ou des pratiques d'usages domestiques :

« J'achète des oeufs bio et puis, parfois, j'achète un truc pas bio... mais je me dis que ça compense. » (Femme, 40 ans, professeur d'histoire de l'art, en couple avec enfants)

Enfin, le troisième régime de pratiques durables relevé est celui de l'intégration de pratiques durables de façon ponctuelle, aléatoire et non suivie dans le quotidien. Confronté à une situation particulière (publicité, promotion de produits éthiques, interaction avec un proche, semaine du développement durable), l'individu adopte un geste durable dans un contexte donné (un lieu, un moment, en présence d'un individu particulier...) sans l'intégrer ensuite dans sa vie de tous les jours. Ces individus sont poussés par leur curiosité, par l'envie de faire

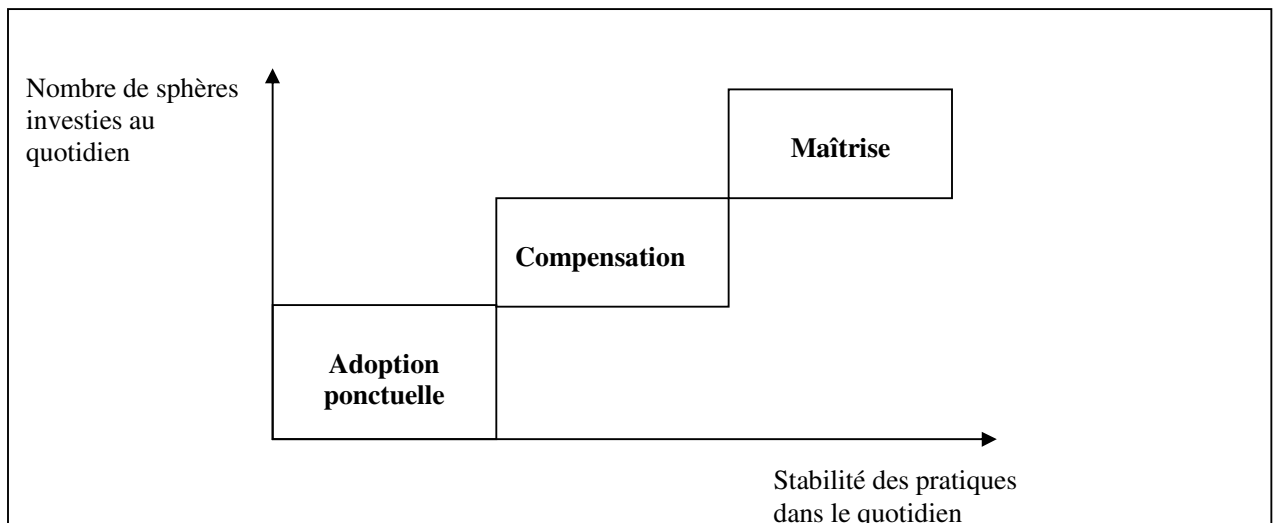
de nouvelles expériences, par une prise de responsabilité environnementale ou sociale passagère et peuvent s'investir par un achat de produits ménagers verts lors d'une promotion, par la signature d'une pétition après avoir vu un reportage sur l'élevage des poules en batterie, par la participation à une manifestation contre les OGM avec des amis ou par la participation à la distribution de la soupe populaire le jour de Noël.

« De temps en temps, je peux avoir des sursauts de conscience ! **Vous pouvez me donner un exemple ?** Euh... ouais... (Rigole). La dernière fois, je me suis retrouvé en vacances chez mes parents dans le Morbihan. Il fallait que j'aille acheter du pain. Il faisait beau, y'avait pas de pluie pour une fois... J'ai vu ma voiture qui m'appelait... j'ai vu mon vélo qui me faisait de l'œil. Voiture ? Vélo ? Vélo ? Voiture ? Je me suis dit « allez, prends ton vélo, ce sera ta contribution environnementale »! » (Homme, 35 ans, agent SNCF, en couple, 1 enfant)

Dans ce contexte de basculements et de variations des pratiques ordinaires, l'« intermittence » (Lamine, 2004) des comportements durables est à relier à une forme d'apprentissage de nouveaux comportements, d'échec, d'ajustement et de stabilisation qui se font au cours de l'exercice d'application des principes de la durabilité. Ainsi, certains individus déclarent avoir adopté des comportements ponctuels de résistance au marché qui se sont finalement stabilisés au cours du temps dans leur quotidien et qui, aujourd'hui, y sont intégrés. Un schéma récapitulatif permet d'organiser ces régimes d'actions selon deux axes :

- Le nombre de sphères investies par un individu au quotidien
- La stabilité des pratiques dans le quotidien

Figure 2 : Organisation des régimes de pratiques durables





## DISCUSSION ET PISTES DE RECHERCHE

Cette étude a permis de caractériser les pratiques durables des individus selon quatre dimensions :

- Pratiques environnementales et/ou sociales,
- Orientation altruistes ou/et égocentrées des pratiques,
- Appartenance à trois sphères aux contours flous : pratiques d'achat, usages domestiques ou transmission (silencieuse ou affichée) par la parole,
- Intégration dans le quotidien sous forme de maîtrise, de compensation ou d'adoption ponctuelle.

A ce stade, il paraît encore difficile de prendre en compte l'ensemble de ces différents niveaux d'analyse des pratiques durables. Mais à terme, avec l'appui d'une enquête quantitative, on pourrait supposer, en croisant ces variables, dégager différents styles de vie des individus vis-à-vis du développement durable et étudier le décalage qui peut exister entre leur niveau d'engagement et le nombre de pratiques quotidiennes que l'on pourrait qualifier de durable.

Dans cette étude, nous avons marqué la volonté de nous intéresser aux individus ordinaires, « aux gens du milieu », encore négligés dans les recherches sur la résistance. La grande partie des individus, loin de s'éloigner du système marchand, combine des achats durables avec d'autres pratiques domestiques. La distinction entre achat labellisé ou non, nous a permis de mettre en évidence ce phénomène de « déception » des consommateurs face à la « marchandisation de l'authentique » (Boltanski et Chiapello, 1999). Mais même si ces consommateurs délaissent les produits biologiques et équitables, ils ne sortent pas pour autant de la sphère marchande. Ils s'investissent dans d'autres types de pratiques d'achat comme la participation à une AMAP, l'achat de produits de saison, de produits locaux combinés à des pratiques durables dans le cadre de la sphère domestique et d'une transmission silencieuse de ses idées. Ceci nous amène à penser, à l'instar de Cova et Cova (2004), que ces individus loin d'être dupes de la théâtralisation du système marchand, s'accommodent, le détournent et jouent avec ses codes. En effet, aujourd'hui les firmes se sont adaptées et s'adaptent continuellement aux critiques éthiques des consommateurs (Boltanski et Chiapello, 1999). Cependant comme le disent Cova et Cova (2004), le marketer doit prêter attention à ne pas dépasser une certaine limite dans le processus de « marchandisation de l'authentique » (Boltanski et Chiapello, 1999), s'il veut continuer à jouer avec le consommateur dans ce processus de construction et déconstruction des codes marchands et éviter sa sortie

(Hirschmann, 1970). Mais pour plusieurs autres auteurs, la véritable résistance du consommateur doit passer par l'« exit » (Hirschmann, 1970), le retrait du marché des individus. Selon eux, les actes de résistance à l'intérieur du système contribuent à nourrir celui-ci. Alors, les préoccupations éthiques des individus ne pourraient être résolues par le marché et le changement vers un développement durable nécessiterait la sortie du monde marchand. L'intérêt de la poursuite de cette étude réside bien dans cette question : entre détournement ou sortie du système marchand, la mise en évidence de différents styles de vie durables des individus permettrait de mieux cerner la légitimité ou bien les limites d'une communication sur le développement durable aujourd'hui essentiellement basée sur des promesses marchandes.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Berger I.E. and Kanetkar V., (1995), Increasing Environmental Sensitivity via Workplace Experiences, *Journal of Policy and Marketing*, vol. 14, n°2, pp. 205-215.
- Boltanski L. et Chiapello E. (1999). Le nouvel esprit du capitalisme. Paris, Editions Gallimard, 843 p.
- Codron J.M., Sirieix L., Reardon T., (2006), Social and environmental attributes of food products in an emerging mass market: Challenges of signaling and consumer perception, with European illustrations, *Agriculture and Human Values*, 23, 283-297
- Cova B. et Cova V. (2004), L'expérience de consommation : de la manipulation à la compromission ?, Actes des troisièmes Journées Normandes de la Consommation, ed. IREM, Rouen.
- Croutte P., Delpal F. et Hatchuel G. (2006). Représentations et pratiques de la consommation engagée. Évolution 2002 – 2006. Paris, Credoc, Cahiers de recherche n° 231, 145 p.
- Daniel M., Sirieix L., Bricas N., (2008), Consumers perception of combined labels on the same food product: the case of organic agriculture and Fair trade, Communication au 16ème colloque IFOAM 2008, 18-20 juin 2008, Modène, Italie
- De Certeau M. (1980). L'invention du quotidien. 1. Arts de faire. Paris, 10-18, 374 p.
- De Ferran F, Grunert K.G. (2007), French fair trade coffee buyers' purchasing motives: An exploratory study using means-end chains analysis, *Food Quality and Preference*, 18 (2), 218-229.
- Dobré (2002), L'écologie du quotidien : Eléments pour une théorie sociologique de la résistance ordinaire, L'Harmattan, Paris, 352p.
- Dobré (2008), Les capacités endogènes de transformation des modes de vie : la théorie culturelle et la résistance ordinaire, Communication au colloque « Environnement et modes de vie », Université de Caen, 25-26 septembre
- Dubuisson-Quellier S. (2007), Protester contre le marché : du geste individuel à l'action collective. Le cas du mouvement anti-publicitaire, *Revue française de science politique*, 57, 209-237.
- Elias N. (1970), Qu'est ce que la sociologie ?, Pocket Agora, Pocket, 222 p.
- Friedmann M. (1991), Consumer Boycotts : A Conceptual Framework and Research Agenda, *Journal of Social Issue*, 47, 149-168.
- Giddens A. (1991), Modernity and self-identity, Cambridge: Polity Press, 256 p.

- Henson S., Traill B. (2000), Measuring perceived Performance of the Food System nas Consumer Food-Related Welfare, *Journal of Agricultural Economics*, n°51, 3, pp 388-404
- Hirschman, A. O. (1970), Exit, Voice, and Loyalty: Responses to declines in firms, organizations and states, Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Juan, S. (2001), La société inhumaine: mal-vivre dans le bien-être, L'Harmattan, Paris, 256p.
- Lamine C. (2004), Choix et pratiques alimentaires des « mangeurs bio-intermittents, une contribution à une sociologie de la variabilité des pratiques, XVIIème congrès de l' AISLF, Tours, juillet 2004.
- Latour B. (1991), Nous n'avons jamais essayé d'être moderne : Essai d'anthropologie symétrique, Paris, La découverte.
- Micheletti, M., A. Follesdal, and D. Stolle, (2004). Politics, Products and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present, Londres, Grande-Bretagne. Transaction Publishers.
- Mills, C. W. (1940), Situated actions and vocabularies of motive, *American sociological Review*, 5, pp. 904-913.
- Moreno-Penarada, R. (2006), Social mobilization for sustainable agriculture in the global south: the growth of the organic market and the legitimacy of the local, Congreso Alter 06, SIAL, Universidad de Andalucia.
- Moussaoui, I. (2008), Vers une génération de la modération? Pratiques, représentations et systèmes de consommation énergétiques selon les âges sociaux, Communication au colloque « Environnement et modes de vie », Université de Caen, 25-26 septembre
- Raynolds L.T. (2004), The Globalization of Organic Agro-Food Networks, *World Development*, vol. 34, pp. 725-743.
- Rémy E. (2005), Michaël Porter au pays des merveilles. Les Tribulations d'un petit bourgeois chez Babou , 10ème Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, 9-10 Novembre 2005.
- Roux D. (2006), La résistance du consommateur : conceptualisation, échelles d'observation et proposition d'un cadre d'analyse, *Actes du 22<sup>ème</sup> Congrès de l'Association Française de Marketing*, Nantes.
- Roux D. (2007), La résistance du consommateur : proposition d'un cadre d'analyse, *Recherche et Applications en Marketing*, 22, 4, 59-80.
- Roy A. (2007), Les pratiques environnementales des Français, Les Dossiers de l'Ifen, n°8, 69p.

- Ruwet C. (2007), What justification for sustainable consumption? in Zaccai E. (2007), Sustainable consumption, ecology and fair trade, London, Routledge, 267p
- Schwartz S. (2006), Les valeurs de base de la personne : théorie, mesures et applications, *Revue française de sociologie*, 47(4), 929-968.
- Seyfang G. (2006), Ecological citizenship and sustainable food consumption: Examining local organic food networks, *Journal of Rural Studies*, vol. 22, pp 383-395
- Shaw D. et Newholm T., (2002), Voluntary simplicity and the ethics of consumption, *Psychology & Marketing*, 19, (2), 167-185.
- Sirieix L., Codron J.M., (2004), Environmental and ethical consumers' concerns for food products, Association for Consumer Research Conference, 2003, Toronto in Kahn B.E. and Luces M.F., *Advances in consumer Research*, vol.31
- Sirieix L., Schaer B., (2005), Buying organic food in France: shopping habits and trust, 15th IFMA Congress, Campinas, Brésil
- Sitz L. (2006), « I want to quit » : une étude éthnométhodologique d'un comportement de résistance de consommateurs au Marché", 11<sup>ème</sup> Journée de Recherche en Marketing de Bourgogne, Dijon, 9-10 Novembre 2006
- Smith N.C. (1996), Ethics and the typology of Costumer Values, *Advances in Consumer Research*, 23, 148-153.
- Spaargaren G. (2003), Sustainable Consumption: A Theoretical and Environmental Policy Perspective, *Society & Natural Resources*, 16(8), 687-701.
- Swidler A. (1986), Culture in action: symbols and strategies, *American Sociological Review*, 51, pp. 273-286.
- Tallontire A., Rentsendorj E., Blowfield M. (2001), Ethical consumers and ethical trade: a revue of current literature, *Policy Series*, n°12, 34.